

На правах рукописи



Землянский Константин Александрович

**ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРОПАГАНДА И ОБЩЕСТВЕННОЕ СОЗНАНИЕ
В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ 1941–1945 ГГ.
(НА МАТЕРИАЛАХ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Специальность 07.00.02 – Отечественная история

**Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата исторических наук**

Ростов-на-Дону 2018

Работа выполнена на кафедре исторических наук и политологии федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

Научный руководитель: **Наухацкий Виталий Васильевич**,
доктор исторических наук, профессор,
заведующий кафедрой исторических наук и
политологии ФГБОУ ВО «Ростовский
государственный экономический университет
(РИНХ)» (г. Ростов-на-Дону)

Официальные оппоненты: **Кринко Евгений Федорович**,
доктор исторических наук, главный научный
сотрудник лаборатории истории и этнографии
ФГБУН ФИЦ «Южный научный центр РАН»
(г. Ростов-на-Дону)

Линец Сергей Иванович,
доктор исторических наук, профессор, профессор
кафедры исторических и социально-философских
дисциплин, востоковедения и теологии ФГБОУ
ВО «Пятигорский государственный университет»
(г. Пятигорск)

Ведущая организация: ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
(г. Ростов-на-Дону)

Защита состоится «26» апреля 2018 года в __ часов на заседании диссертационного совета Д 212.101.03 по защите докторских и кандидатских диссертаций на базе ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» по адресу: 350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, д. 149. E-mail: dissovet.fismo@kubsu.ru

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Кубанского государственного университета. Электронная версия автореферата размещена на официальном сайте ВАК Минобрнауки России: <http://vak.ed.gov.ru/>. Диссертация и автореферат размещены на сайте Кубанского государственного университета: <http://www.kubsu.ru>.

Автореферат разослан «__» _____ 2018 г.

И.о. ученого секретаря
диссертационного совета,
д-р ист. наук, д-р полит. наук, проф.



А.В. Баранов

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Война 1941–1945 гг. против фашистской Германии явилась для Советского государства переломным событием в истории. Для того, чтобы объединить и мобилизовать население на борьбу с врагом, советскому правительству была нужна четко сформулированная идея, придающая народу уверенность в том, что идет праведная борьба, борьба за жизнь, за существование и целостность Родины.

В эпоху тяжелейших военных, экономических, политических и информационных сражений советская пропаганда накапливала опыт управления общественным сознанием. История воздействия на сознание населения страны в годы Великой Отечественной войны дает бесценный опыт, который помогает более точно восстановить события одного из сложнейших периодов в истории российского государства. Особенно важно изучать этот опыт в современных условиях, в период кризиса на Украине, когда представители политической элиты и средства массовой информации Запада активно создают образ России как врага и угнетателя. Опыт военных лет имеет важнейшее теоретическое и социокультурное значение.

Современная историографическая ситуация характеризуется формированием новых научных подходов в изучении специфики агитационной деятельности органов политической пропаганды в годы Великой Отечественной войны¹, основанных на усилении внимания к месту человека в истории. Использование историко-антропологических подходов в исследовании вопросов агитационного воздействия на общественное сознание позволяет по-новому раскрыть взаимовлияние идеологических и психологических аспектов событий 1941–1945 гг.

Недостаточная научная разработка проблемы, наличие пробелов в исторической науке по изучению вопросов политической пропаганды и общественного сознания в годы Великой Отечественной войны на материалах Ростовской области, необходимость переосмысления ряда вопросов с учетом современных концептуальных подходов обусловили выбор темы диссертационного исследования и определили его актуальность.

Объект исследования – советская политическая пропаганда в период Великой Отечественной войны, направленная на формирование общественного сознания.

Предмет исследования – деятельность советских средств массовой информации и устная пропаганда по формированию общественного сознания в Ростовской области в период Великой Отечественной войны (1941–1945 гг.).

Хронологические рамки исследования охватывают период Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. Данный период характеризуется

¹ Байрау Д. Пропаганда как механизм самомобилизации // Российская история. 2008. № 1. С. 91–99.

определенным внутренним единством и целостностью с точки зрения деятельности органов политической пропаганды и агитации и формирования общественного сознания. С учетом принципа историзма, предполагающего изучение предмета в динамике его изменений, автор в ряде случаев выходил за указанные хронологические рамки.

Территориальные рамки исследования ограничены территорией Ростовской области, которая отличается особенностями исторического, социально-экономического, географического и военно-политического характера.

Степень научной разработанности проблемы. Различные аспекты агитации и общественного сознания населения страны в 1941–1945 гг. затрагивались в большом количестве научных трудов, длительное время не представлявших самостоятельную исследовательскую область, что отражено в ряде историографических работ¹.

Исходя из комплекса причин, таких как: изменение политической идеологии в стране, смена исследовательских парадигм, расширение содержательной и теоретико-методологической базы исследований, нам представляется возможным выделить три периода в развитии историографии проблемы: 1) июнь 1941 г. – середина 1950-х гг.; 2) середина 1950-х – конец 1980-х гг.; 3) с 1990-х гг. – по настоящее время.

Политическая пропаганда в условиях Великой Отечественной войны стала изучаться непосредственно в военные годы. Именно тогда историческая тематика, связанная с идеями воспитания советского патриотизма, укрепления единства армии и народа, фронта и тыла, приобрела первостепенное значение. Выходившие в свет работы имели преимущественно пропагандистскую и прикладную направленность, что является важнейшей особенностью историографии данного периода². Характеризуя морально-этические особенности сознания населения страны в годы войны, авторы работ выделяли такие элементы, как чувство патриотизма и преданности Родине. В этот же период появляются первые работы, анализирующие особенности организации работы органов агитации и пропаганды на фронте и в тылу, выполненные на основе региональных материалов³.

¹ Мальшева Е.М. Основные направления развития новейшей историографии Великой Отечественной войны учеными Северного Кавказа // Наука о Кавказе: проблемы и перспективы: Материалы I съезда ученых-кавказоведов (27–28 авг. 1999 г.). Ростов н/Д, 2000. С. 129–132; Бугай Н.Ф., Безугольный А.Ю., Кринко Е.Ф. Горцы Северного Кавказа в Великой Отечественной войне 1941–1945 гг.: Проблемы истории, историографии и источниковедения. М., 2012 и др.

² Севастьянова Т.М. На немецкой каторге: о жизни советских людей, увезённых немцами в Германию. Воронеж, 1943; Огурцов С.И. Варвары. Ставрополь, 1944 и др.

³ Калашников К.Ф. Политическая агитация в условиях отечественной войны. М., 1941; Пропаганда и агитация в условиях военного времени. Хабаровск, 1942; Битиев С. Заметки об агитационно-пропагандистской работе в прифронтовых и освобожденных от врага районах Северного Кавказа // Пропагандист. 1943. № 6. С. 35–39 и др.

Работы по данному вопросу, выполненные в годы войны, имели практический, прикладной характер. Их основная задача заключалась в осмыслении задач организации системы пропаганды, демонстрации опыта её работы. Основное внимание авторов уделено таким аспектам как: жестокости фашистских войск на советской территории, действиям партизан и подполья, героическим действиям населения в тылу и на фронте, дружбе народов СССР¹.

Работы послевоенных лет сохранили ярко выраженный агитационно-пропагандистский характер, в них отсутствовал критический анализ практики пропагандистской работы и содержания пропагандистских материалов². Основная ценность этих работ – в их близости к реалиям военных лет, что позволяло авторам передавать дух эпохи, а также в накоплении богатого фактического материала³.

В первый период развития историографии вопросов агитации и пропаганды в годы Великой Отечественной войны был заложен фундамент для последующего их изучения. Именно в это время получила свое оформление концепция, просуществовавшая в течение всего периода существования советской историографии, согласно которой война 1941–1945 гг. была войной освободительной и всенародной.

С началом эпохи «оттепели» в исторической науке наблюдаются позитивные перемены, связанные с изменениями в общественно-политической жизни страны. Хотя исследования тех лет были написаны в строгих партийно-идеологических рамках, они характеризуются попытками преодоления субъективизма и схематизма. Кроме того, использование материалов архивов позволяло расширить источниковую базу исследований.

В эти годы стали публиковаться обобщающие научные работы, особое внимание в которых уделяется идеологической работе ВКП(б). В них содержался значительный фактический материал о работе средств массовой информации во время войны и показывалась их роль в достижении победы. Характерная особенность научных работ этого направления – прямая связь между деятельностью средств массовой информации и тезисом о справедливости войны, которую вёл Советский Союз⁴.

С начала 1960-х гг. стали появляться первые комплексные исследования по истории Великой Отечественной войны, изучающие ключевые аспекты событий тех лет, в том числе вопросы агитации. Среди основополагающих

¹ Бурлаков М. В дни войны. Краснодар, 1942; Колосков А.И. Аня Шилина. Ставрополь, 1943 и др.

² О советском патриотизме: сб. ст. / под ред. Н.П. Васильева. М., 1950; Матюшкин Н.И. Советский патриотизм – могучая движущая сила советского общества. М., 1952 и др.

³ Опишанская К.Я. Коммунистическая организация Ставропольского края в период Великой Отечественной войны 1941–1945: Дис. ... канд. ист. наук. Баку, 1954.

⁴ Партийно-политическая работа в Советских Вооруженных Силах в годы Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. Краткий исторический обзор. М., 1963 и др.

коллективных научных трудов несомненный интерес представляет «История Великой Отечественной войны Советского Союза, 1941–1945 гг.»¹.

Большой пласт исследований – это работы, посвященные вопросам идеологического воспитания населения страны партийными организациями². Авторы этих работ провели анализ направлений и механизмов идеологической работы партийных и государственных органов.

Не менее подробно освещен в исторической литературе вопрос о деятельности средств массовой информации среди работников советского тыла³.

Среди общего комплекса работ по истории Великой Отечественной войны отдельное место принадлежит исследованиям, посвященным идеологической работе, в частности, деятельности органов политической пропаганды в тылу противника, на оккупированной территории СССР⁴.

Большой пласт исследований – это работы, посвященные вопросам идеологического воспитания населения страны партийными организациями⁵. Авторы этих работ провели анализ направлений и механизмов идеологической работы партийных и государственных органов.

Среди комплекса работ по истории Великой Отечественной войны отдельное место принадлежит исследованиям, посвященным идеологической работе, в частности, деятельности органов политической пропаганды в тылу противника, на оккупированной территории СССР⁶.

Дальнейшее развитие получили региональные исследования. В этот период увеличилось количество работ, посвященных анализу агитационно-

¹ История Великой Отечественной войны Советского Союза, 1941–1945 гг.: в 6 т. М., 1960–1965.

² Партийно-политическая работа в Советских Вооруженных Силах в годы Великой Отечественной войны, 1941–1945. М., 1963; Епишев А.А. Идеологическая работа в Советских Вооруженных силах. М., 1978; Силой большевистского слова: Идеологическая деятельность Коммунистической партии в условиях Великой Отечественной войны 1941–1945. М., 1985 и др.

³ Комков Г.Д. Идеино-политическая работа КПСС в 1941–1945 гг. М., 1965; Кондакова Н.И. Идеино-политическая работа коммунистической партии в освобожденных районах РСФСР, 1941–1945 гг. Воронеж, 1971; Она же. Идеологическая победа над фашизмом. 1941–1945 гг. М., 1982.

⁴ Мазурицкий, М.П. Культурно-просветительная работа в советском тылу в годы Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. (на материалах РСФСР): Автореф. дис... канд. ист. наук. М., 1969; Слово, которое вело в бой. – Киев, 1980; Крайнюков К.В. Оружие особого рода. М., 1984; Ивлев И.А. Оружие контрпропаганды: Советская пропаганда среди населения оккупированных территорий СССР, 1941–1944 гг. М., 1988 и др.

⁵ Епишев А.А. Идеологическая работа в Советских Вооруженных силах. М., 1978; Силой большевистского слова: Идеологическая деятельность Коммунистической партии в условиях Великой Отечественной войны 1941–1945. М., 1985 и др.

⁶ Мазурицкий М.П. Культурно-просветительная работа в советском тылу в годы Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. (на материалах РСФСР): Автореф. дис. ... канд. ист. наук. М., 1969 и др.

воспитательной деятельности партии и партийных организаций в различных регионах страны¹. В работах рассматривались формы и методы идейно-политической деятельности органов пропаганды по укреплению связи между фронтом и тылом, изучались аспекты взаимодействия центральных и местных пропагандистских органов, специфика их активности «на местах». Появились работы, изучающие деятельность печати в вопросах пропагандистского воздействия на население². Их отличительная черта – значительное расширение круга вопросов, которые попадают в поле зрения историков, сопровождающееся повышением теоретического уровня работ.

В контексте региональных исследований по изучаемой теме в отдельную группу можно выделить работы, посвященные вопросам агитационной деятельности партийных организаций на Северном Кавказе³. Вопросы массового сознания в данных работах практически не рассматривались. Основное внимание исследователи концентрировали на освещении роли партийно-комсомольских⁴ органов в организации и поддержании различных форм патриотизма среди населения (движение добровольцев, героизм на фронте и в тылу, забота о раненых, движение доноров и т.д.). Данные работы отличаются определенным схематизмом и однообразием в рассмотрении вопросов, но содержат богатый фактический материал.

Вопросы реорганизации работы партийных организаций Северного Кавказа с началом войны раскрыты в трудах А.А. Самодурова, П.Д. Тепуна, В.Ф. Шилина и др.⁵ Авторы данных исследований пришли к выводу, что агитационная деятельность на территории Северного Кавказа осуществлялась с учетом этнических традиций (проведение «советов старейшин»)⁶, что благотворно сказывалось на решении задач, способствовало всплеску патриотических настроений, укоренению в сознании населения идей дружбы и единства народов СССР.

¹ Мигущенко Н.В. Организаторская и массово-политическая работа Коммунистической партии на селе в условиях Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. На материалах партийных организаций Воронежской, Курской, Орловской и Тамбовской областей: Дис. ... канд. ист. наук. Воронеж, 1984 и др.

² Муксинов Р.З. Идет война народная. Волгоград, 1969; Он же. Роль печати Нижнего Поволжья в политическом и военно-патриотическом воспитании трудящихся. Волгоград, 1969; Он же. Газета–воин. Волгоград, 1972 и др.

³ Шайдаев М.Г. На защите Кавказа: Военно-организаторская и идеологическая работа партии на Кавказском фронте в 1942–1943 гг. Л., 1967 и др.

⁴ Иванов Г.П. Коммунистическая партия – организатор разгрома немецко-фашистских войск на Северном Кавказе в годы Великой Отечественной войны: Автореф. дис... д-ра исторических наук. Ростов н/Д, 1969; Очерки истории партийных организаций Дона (1898–1971). Ростов н/Д, 1973 и др.

⁵ Вопросы партийно-политической работы на фронте и партизанское движение в годы Великой Отечественной войны. Краснодар, 1972.

⁶ Шилин В.Ф. Деятельность партийных организаций Северного Кавказа по идейно-политическому воспитанию трудящихся в годы Великой Отечественной войны (июнь 1941–1945 гг.): Дис. ... канд. ист. наук. Ростов н/Д, 1978. С. 187 и др.

В целом, данный этап развития историографии проблемы характеризуется увеличением исследований о вопросах агитационно-пропагандистского воздействия, особенно участия в этом партийных и комсомольских органов, о фронтовом и трудовом героизме народов СССР. По-прежнему советские исследователи не проявляли должного интереса к вопросам общественной психологии в условиях войны. Освещение вопросов агитации и пропаганды основывалось на идеях моральной и политической сплоченности советского общества, дружбы, братства и патриотизма народов СССР. Победа рассматривалась в контексте победы коммунистических идеологических установок над фашистскими.

С начала 1990-х гг. наступает современный этап историографии истории Великой Отечественной войны, связанный с распадом Советского Союза и крушением старых идеологических и политических устоев. В 1990-е гг. преодолена ограниченность в изучении вопросов идеологической работы органов политической пропаганды. В это время начинают публиковаться исследования, посвященные особенностям идеологической деятельности партийно-государственных органов, перестройки духовной жизни общества.

На современном этапе развития историографии проблемы формируются разнообразные направления в исследовании событий Великой Отечественной войны, в том числе появляются работы, ставящие под сомнения духовные факторы Победы¹. На наш взгляд, это связано с комплексом факторов: расширением информационного поля, появлением возможности изучения ранее замалчивавшихся проблем, а также роста интереса определенной части общества к новым «разоблачительным» интерпретациям событий прошлых лет.

С начала 1990-х гг., благодаря открытому доступу к ранее засекреченным архивам, усилению научного сотрудничества с зарубежными учеными, обновлению теоретико-методологической базы, вопросы формирования сознания населения страны органами пропаганды стали гораздо чаще становиться предметом специального изучения. Деятельность советского агитационно-пропагандистского аппарата в годы Великой Отечественной войны стала оцениваться с иных позиций, что нашло свое отражение в ряде фундаментальных исследований². Открытие ранее засекреченных архивов способствовало изучению уже известных вопросов под новым углом зрения³. Среди исследований, посвященных общественному сознанию и духовным составляющим победы⁴.

¹ Рубцов Ю.В. Штрафники Великой Отечественной. В жизни и на экране. М., 2015.

² Великая Отечественная война 1941–1945 гг.: Военно-исторические очерки: 4 кн. М., 1998; Великая Отечественная война 1941–1945 гг.: в 12 т. М., 2011–2014.

³ Идеологические коммуникации тоталитарной системы: Материалы к лекции. Владивосток, 1994; История советской политической цензуры. Документы и комментарии. 1917–1993. М., 1997 и др.

⁴ Кондакова Н.И. Духовная жизнь России и Великая Отечественная война 1941–1945 гг. М., 1995; Широкоград И.И. Центральная периодическая печать в годы Великой Отечественной

В условиях демократизации общества исчезли идеологические «шоры», что повлияло на изучение истории 1941–1945 гг. Постсоветский этап развития историографии преодолел этап государственно-ориентированных концепций исторического процесса, о чем говорит рост интереса к социальной истории, где объектом изучения становится «рядовой человек» и его быт. Отечественные исследователи начали изучать массовое сознание и повседневную жизнь населения страны, используя достижения смежных наук: исторической антропологии, психологии, демографии и т.д., что привело к появлению ряда исследований, посвященных вопросам повседневного быта в экстремальных условиях войны, настроениям простых солдат, положению инвалидов войны¹, роли слухов в массовом сознании².

Всё чаще объектом исследования становятся вопросы воздействия на сознание и отдельные его аспекты, например, вопрос формирования образа «противника» («врага») в годы войны³. На богатом материале доказывается, что образ «врага» не был в начале войны наделен чертами враждебности в сознании граждан СССР и, имея классовые характеристики, эволюционировал к концу войны, приобретая этнические черты.

Новые подходы проявляются и в осмыслении деятельности органов цензуры в годы войны⁴. Так, Г.В. Костырченко указывает на то, что в годы войны «помимо разумных адекватных военному времени ограничений на содержание публикуемой информации действовала и резко ужесточилась просто идеологическая цензура, и раньше не знавшая четких регламентаций»⁵.

войны 1941–1945. М., 2001; Козлов Н.Д. Общественное сознание в годы Великой Отечественной войны (1941–1945 гг.). СПб., 1995; Он же. Духовные истоки Победы и их извращение в современной публицистике // Великая Отечественная война: правда и вымысел: Сб. ст. СПб., 2000. С. 76–77, 79 и др.

¹ Сенявская Е.С. 1941–1945: Фронтовое поколение: Историко-психологическое исследование. М., 1995; она же. Человек на войне: Историко-психологические очерки. М., 1997; она же. Психология войны в XX веке: исторический опыт России. М., 1999; Козлов Н.Д. С волей к победе. Пропаганда и обыденное сознание в годы Великой Отечественной войны. СПб., 2002.

² Кринко Е.Ф. Слухи Второй мировой войны // Диалоги с прошлым. Исторический журнал. Майкоп, 2002. № 2. С. 58–63.

³ Кринко Е.Ф. Немцы о русском характере (1941–1945 гг.) // Национальное возрождение России: теория и практика. Ростов н/Д, 1996. С. 71–73; Горяева Т.М. Убить немца: образ противника в советской пропаганде // Родина. 2002. № 10. С. 41–44; Сенявская Е.С. Противники России в войнах XX века: эволюция «образа врага» в сознании армии и общества. М., 2006 и др.

⁴ Горяева Т.М. Политическая цензура в СССР. 1917–1991 гг. М., 2009; Рубанова Т.Д. Войны газетная строка: Особенности функционирования печати на временно оккупированной территории в годы Великой Отечественной войны. // Вестник Челябин. гос. академии культуры и искусств. 2015. № 2. С. 7–22 и др.

⁵ Костырченко Г.В. Советская цензура в 1941–1952 гг. // Вопросы истории. 1996. № 11–12. С. 90.

На современном этапе развития историографии заметно увеличилось количество работ, посвященных анализу системы средств массовой информации и её элементов, а также органов агитации и их воздействия на сознание населения, выполненных на основе региональных материалов: Пензенской области, Северо-Запада страны, Республики Мордовия, Южного Урала, Московской области, Волгоградской области и других регионов¹.

Другую группу составляют исследования, затрагивающие вопросы внедрения в сознание населения определенных идеологических концептов², а также участия средств массовой информации в этих процессах³.

Отдельную группу составляют работы, посвященные агитационно-пропагандистским процессам в Северо-Кавказском регионе⁴.

Открытие ранее засекреченных архивов и появление новых материалов позволяет расширить круг изучаемых вопросов и переосмыслить исторический опыт советского государства. Публикуется много работ, посвященных морально-духовным факторам в борьбе с врагом⁵. Отмечается важнейшая роль органов политической пропаганды региона в вопросах мобилизации населения, которые способствовали перестройке сознания, утверждению в сознании идей патриотизма и стремления защищать Отечество.

Касаясь вопросов специфики сознания населения в годы войны, исследователи приходят к выводу о его сложности и противоречивости, о наличии чувства растерянности и страха у жителей региона. Так, Е.М. Малышева отмечает недочеты агитационно-воспитательной деятельности

¹ Смирнова М.В. Деятельность органов пропаганды и агитации в тыловых районах Европейской части РСФСР в годы Великой Отечественной войны 1941–1945 гг.: Автореф. дис. ... канд. ист. наук. М., 2010 и др.

² Лончинская Л.Я. Общественное сознание уральских областей в годы Великой Отечественной войны: исторический аспект: Дис. ... канд. ист. наук. Челябинск, 2002; Ломовцев А.И. Средства массовой информации и их воздействие на массовое сознание в годы Великой Отечественной войны: на материалах Пензенской области: Дис. ... канд. ист. наук. Пенза, 2002; Никитина М.Э. Идеологемы врага и героя и их внедрение в массовое сознание в годы Великой Отечественной войны (На материалах Пензенской области): Дис. ... канд. ист. наук. Пенза, 2005 и др.

³ Лымарев А.Н. Периодическая печать Южного Урала накануне и в годы Великой Отечественной войны (1939–1945 гг.): Дис. ... канд. ист. наук. Челябинск, 2002; Сомов В.А. Радио как коммуникативное средство формирования трудовой мотивации в годы Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. (на примере Волго-Вятского региона) // Новейшая история России. СПб., 2012. № 1. С. 132–144 и др.

⁴ Малышева Е.М. Основные направления развития новейшей историографии Великой Отечественной войны учеными Северного Кавказа // Наука о Кавказе: проблемы и перспективы. Материалы I съезда ученых-кавказоведов (27–28 авг. 1999 г.). Ростов н/Д, 2000. С. 129–132; Кринко Е.Ф. Северо-Западный Кавказ в годы Великой Отечественной войны: проблемы историографии и источниковедения. М., 2004 и др.

⁵ Койчуев А.Д. Вклад карачаевского народа в Победу в Великой Отечественной войне, 1941–1945 гг. Черкесск; Карачаевск, 2011; Малышева Е.М. Во имя Отечества. Патриотизм народа в 1941–1945 гг. М., 2011 и др.

органов пропаганды в регионе, что приводило к различным негативным явлениям: самовольному уходу с работы, уклонению от мобилизации и т.д.¹

В работах Е.Ф. Кринко проанализированы психологические аспекты оккупации Северо-Западного Кавказа. Автор сделал вывод о неоднозначности и сложности процессов формирования образа «противника» («врага») в сознании населения региона².

Широкий круг проблем социально-экономического, политического и морально-психологического характера развития северокавказского региона периода Великой Отечественной войны рассмотрен в трудах С.И. Линца³.

Кроме того, касаясь вопросов трансформации сознания в годы войны, ряд исследователей отмечает рост религиозных тенденций в регионе, что проявляется, в частности, в распространении так называемой «народной» религии (например, листовок религиозного содержания)⁴.

Вопросы идеологического противостояния с Германией раскрываются в работах Е.М. Малышевой⁵. Так, автор обращается к изучению опыта идеологического противостояния с Германией, роли пропаганды в поддержании боевого духа солдат, особенностей психологической обработки населения занятых территорий. В исследованиях рассматриваются пропагандистские кампании сторон в Кавказском регионе, показаны приемы и подходы, учитывающие национальность, культуру региона.

Дальнейшее развитие получило исследовательское направление, занимающиеся вопросами деятельности средств массовой информации региона

¹ Малышева Е.М. Испытание. Социум и власть: проблемы взаимодействия в годы Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. Майкоп, 2000. С. 79, 87.

² Кринко Е.Ф. Жизнь за линией фронта: Кубань в оккупации (1942–1943 гг.). Майкоп, 2000; Он же. Образы противника в массовом сознании советского общества в 1941–1945 годах // Российская история. 2010. – № 5.

³ Линец С.И. Северный Кавказ накануне и в период немецко-фашистской оккупации: состояние и особенности развития (июль 1942–октябрь 1943 гг.) Пятигорск, 2009; Он же. Город во мгле... (Пятигорск в период немецкой оккупации. Август 1942–январь 1943 гг.). Пятигорск, 2010; Он же. Оборона Северного Кавказа в годы Великой Отечественной войны (июля–декабрь 1942 года). М., 2010.

⁴ Кринко Е.Ф. Религиозные представления населения Кубани в годы Великой Отечественной войны // Национальное возрождение России: теория и практика. Ростов н/Д, 1996. С. 46–48; Фефилин С.В. Взаимоотношения государства и религиозных организаций в 40-х–середина 50-х гг. XX в.: На материалах Краснодарского края: Дис. ... канд. ист. наук. Майкоп, 2002 и др.

⁵ Малышева Е.М. Идеологическое противостояние СССР и нацистской Германии в 1941–1945 гг.: воспитание ненависти к врагу // Великая Отечественная: К 70-летию народного подвига: Материалы междунар. науч. конф. «Ялта–45. Крымская конференция 1945 г. в контексте «острых» вопросов окончания Второй Мировой войны и начала «холодной войны». 2015. С. 260–278; Малышева Е.М., Гаража Н.А. «От Советского информбюро...»: К вопросу об информационном противостоянии СССР и Германии в период Отечественной войны 1941–1945 гг. // Вестник Волгogr. гос. ун-та. Сер. 4: История. Регионоведение. Международные отношения. 2015. № 4. С. 119–128 и др.

в годы Великой Отечественной войны¹. Так, диссертационная работа А.В. Малышева² является комплексным исследованием деятельности средств массовой информации Юга России в годы войны. Автором на примере Ростовской области, Краснодарского и Ставропольского краев изучена структурная и тематическая организация средств массовой информации, её перестройка в течение войны, деятельность оккупационных и коллаборационистских средств пропаганды на Юге России. Однако вопросы эволюции общественного сознания населения Ростовской области автор затронул в общем плане.

Таким образом, фундамент изучения агитационно-пропагандистского воздействия на общественное сознание населения начал закладываться в еще годы Великой Отечественной войны. Долгое время данное направление находилось в сильной зависимости от политической ситуации в стране. Появление в последнее время новаторских работ может свидетельствовать о постоянном росте интереса к вопросам функционирования региональных органов пропаганды, а также их участия в воздействии на общественное сознание населения. Авторы исследований избежали свойственных советской историографии догматических установок, что способствовало углублению научных знаний. Однако и по сей день остается ряд нераскрытых направлений в изучении деятельности государственных органов и общественных организаций по формированию общественного сознания в годы войны. Вопросы агитационной деятельности органов пропаганды и средств массовой информации Ростовской области изучались в контексте изучения Северо-Кавказского региона. Сужение географических рамок исследования позволит, на наш взгляд, уточнить многие аспекты агитационной деятельности средств массовой информации на Дону.

Цель диссертации – определить закономерности формирования общественного сознания населения в годы Великой Отечественной войны органами политической пропаганды Ростовской области.

В рамках поставленной цели определены следующие **задачи диссертационного исследования**:

1. Выявить потенциал средств массовой информации и органов устной пропаганды региона, его динамику в годы войны, специфику взаимодействия с центральными средствами массовой информации, органами власти и пропаганды.

¹ Чанкаева Д.С. Печать Северного Кавказа в годы Великой Отечественной войны 1941–1945 гг.: Дис. ... канд. ист. наук. Ставрополь, 1999; Нечай Е.Н. Коллаборационистская печать на Дону в период Великой Отечественной войны (1941–1945 гг.): особенности функционирования: Автореф. дис. ... канд. ист. наук. Ростов н/Д, 2016 и др.

² Малышев А.В. Средства массовой информации Юга России в годы Великой Отечественной войны (по материалам Дона, Кубани и Ставрополья): Дис. ... канд. ист. наук. Ростов н/Д, 2001.

2. Раскрыть деятельность периодической печати, радио и кино в Ростовской области в 1941–1945 гг., а также степень их участия в процессах формирования общественного сознания.

3. Установить роль устной пропаганды Ростовской области в формировании общественного сознания.

4. Определить направления деятельности, механизмы, формы и методы агитационно-пропагандистской работы средств массовой информации и органов устной пропаганды Ростовской области и их роль в процессах воздействия на общественное сознание.

5. Раскрыть идеологическую направленность деятельности средств массовой информации и устной пропаганды по формированию общественного сознания населения региона в годы войны.

6. Выявить специфику образов «героя» и «врага» в материалах органов политической пропаганды, а также раскрыть особенности, характерные черты и эволюцию общественного сознания населения региона в период войны под воздействием политической пропаганды.

Теоретическая и методологическая основа диссертации.

В исследовании применён принцип историзма, который является универсальным и основополагающим для современной исторической науки. Данный принцип реализуется посредством анализа важнейших аспектов системы политической пропаганды в Ростовской области на протяжении исследуемого периода. Применение принципа историзма позволило установить взаимосвязи элементов системы политической пропаганды.

Другим основополагающим принципом исследования является принцип объективности, применение которого предполагает изучение всей совокупности исторических фактов с учетом степени их достоверности. Применение этого принципа обеспечивается использованием максимального числа источников по теме, а также их критическим анализом.

Для изучения темы использовались такие общенаучные методы, как структурный и системный методы. Применение структурного метода основано на выявлении устойчивых связей внутри той или иной системы, благодаря которым обеспечивается сохранение ее важнейших характеристик. Метод структурного анализа позволил выявить общие черты между отдельными частями системы агитации региона и системой политической пропаганды страны. Системный метод, основанный на понимании системы как совокупности взаимосвязанных элементов, предполагает вычленение этих элементов, а также анализ отношений между ними горизонтального и иерархического характера. В совокупности со структурным методом он дал возможность воссоздать степень вовлеченности системы агитации Ростовской области в общую систему политической пропаганды СССР.

К числу специально-исторических методов исследования относятся историко-сравнительный, историко-системный, проблемно-хронологический, текстологический.

Применение историко-сравнительного метода позволяет вскрывать сущность изучаемых исторических явлений по схожим и отличным признакам присущих им свойств. Использование этого метода позволило показать эволюцию системы агитации и пропаганды Ростовской области в сопоставлении с другими регионами страны.

Историко-системный метод вытекает из общефилософского системного метода с признанием того, что все предметы и явления представляют собой системы той или иной степени целостности и сложности. Он дал возможность исследовать систему агитации и пропаганды Ростовской области как структурированную систему, состоящую из взаимосвязанных элементов, а также как компонент системы более высокого порядка.

Применение проблемно-хронологического метода предполагает изучение проблемы в хронологической последовательности и позволяет рассмотреть эволюцию системы пропаганды и агитации в течение всего исследуемого периода.

Текстологический метод позволяет изучить специфику лексических особенностей агитационной деятельности средств массовой информации.

Комплексное применение указанных методов и подходов позволили всесторонне и объективно рассмотреть вопросы воздействия на общественное сознание средств массовой информации Ростовской области.

Методологическое значение для нашей темы имеют современные исследования, изучающие актуальные проблемы социальной и «ментальной» истории¹, вопросы взаимодействия власти и общества в экстремальных условиях войны², а также психологические аспекты оккупации, в том числе – формирование в сознании населения «образа врага»³.

Источниковую базу исследования можно разделить на следующие виды:

- 1) законодательные и делопроизводственные документы;
- 2) материалы периодической печати;
- 3) статистические данные;
- 4) мемуарную литературу;
- 5) документы личного происхождения (письма и обращения граждан в органы партийно-государственной власти, СМИ).

Благодаря использованию данных групп источников диссертанту удалось реконструировать агитационную деятельность местных и центральных властей,

¹ Сенявская Е.С. Противники России в войнах XX века: эволюция «образа врага» в сознании армии и общества. М., 2006.

² Малышева Е.М. Во имя Отечества. Патриотизм народа в 1941–1945 гг. М., 2011.; она же. Испытание. Социум и власть: проблемы взаимодействия в годы Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. Майкоп, 2000.

³ Кринко Е.Ф. Жизнь за линией фронта: Кубань в оккупации (1942–1943 гг.). Майкоп, 2000. С. 112–133; он же. Образы противника в массовом сознании советского общества в 1941–1945 гг. // Российская история. 2010. № 5. С. 74–89.

а также органов политической пропаганды; настроения населения в связи с начавшейся войной; поведенческие практики и мировоззренческие установки людей.

Важнейшим источником написания диссертации являются законодательные и делопроизводственные документы и материалы (нормативная документация, протокольные документы, отчетная документация и т.д.), обнаруженные диссертантом в фондах Государственного архива Российской Федерации (ГАРФ), Российского государственного архива социально-политической истории (РГАСПИ), Государственного архива Ростовской области (ГАРО), Центра документации новейшей истории Ростовской области (ЦДНИРО), Таганрогского филиала ГАРО. В общей сложности автором исследовано 103 фонда указанных архивов.

В ГАРФ¹ и РГАСПИ² хранятся важнейшие постановления центральных органов власти по перестройке системы агитации и пропаганды с учетом военного времени. Основная часть исследования выполнена на материалах региональных архивов – ГАРО³ и ЦДНИРО⁴. Использование этих материалов дало возможность диссертанту определить директивный характер функционирования средств массовой информации, а также выявить особенности функционирования средств идеологического воздействия в условиях войны.

Также к виду источников делопроизводственного характера относятся опубликованные документы правительства СССР, ЦК ВКП(б) и Главного управления политической пропаганды (ГУПП) РККА рассматриваемого периода: декреты, постановления, инструкции, распоряжения. Благодаря использованию документов удалось исследовать весь комплекс мер по совершенствованию системы агитации и пропаганды в условиях войны⁵.

Немаловажную роль в исследовании сыграли также адресованные власти или населению региона письма, заявления, жалобы, предложения, воззвания жителей г. Ростова-на-Дону и области. Материалы такого рода позволили проследить эволюцию общественных настроений, сознания⁶.

К другому виду относятся материалы периодической печати, ставшие важнейшим источником для понимания форм, методов и направлений работы

¹ ГАРФ. Ф. Р–5446, Р–6903.

² РГАСПИ. Ф.–17, 221.

³ ГАРО. Ф. Р–137.

⁴ ЦДНИРО. Ф.–16, 1883, 1884, 1316, 2132.

⁵ КПСС в резолюциях и решениях съездов, конференций и пленумов ЦК (1898–1988). 9-е изд. М., 1985. Т. 7; КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. М., 1979; О партийной к советской печати, радиовещании и телевидении. М., 1971; Коммунистическая партия в Великой Отечественной войне: Документы и материалы. М., 1970; Завещано помнить...: Донские архивы – 70-летию Великой Победы: сборник документов и материалов. Ростов н/Д, 2015.

⁶ Наш край: из истории Советского Дона: документы, октябрь 1917–1965. Ростов н/Д., 1967; Ростовской области – 70 лет (1937–2007 гг.): Сб. документов. Ростов н/Д, 2007.

средств массовой информации, изменений агитационно-пропагандистской политики местных и центральных органов власти, состояния общественного сознания, истории повседневности. Наиболее информативными для данного исследования оказались региональные газеты, выходившие на территории Ростова и области во время войны Великой Отечественной войны¹.

К следующему виду относятся статистические сборники и указатели газет, которые позволили провести систематизацию данных о печатных изданиях Ростовской области². В сборниках документов приведены цифровые показатели по некоторым структурам и подразделениям средств массовой информации региона, а также приведен ценный фактический материал, что позволило изучить особенности функционирования средств массовой информации с учетом региональной специфики.

Другой вид источников – мемуарная литература. В воспоминаниях жителей Ростова-на-Дону и области, живших на территории региона во время Великой Отечественной войны, приведено множество уникальных фактов, передающих дух военной эпохи³. Мемуары дали возможность более полно воссоздать картину начального этапа войны, перестройку всей системы средств массовой информации.

Среди документов личного происхождения использованы интервью со свидетелями событий: Р.А. Помазановой, В.Б. Хачатуряном, А.И. Хорошиловой⁴. Они не смогли покинуть территорию региона и, находясь здесь в течение всего периода войны, стали непосредственными свидетелями и участниками событий. Интервьюирование очевидцев военных событий не только позволяет рассмотреть вопрос «от первого лица», но и способствует составлению более точного представления о моральных и психологических аспектах деятельности средств массовой информации и органов устной пропаганды в годы войны на территории области. Кроме того, анализ указанных бесед позволяет иллюстрировать специфику восприятия общественным сознанием агитационной деятельности органов пропаганды региона.

¹ «Большевик Дона», «Большевицкая правда», «Большевицкая смена», «Большевицкий Дон», «Молот», «На защиту Ростова», «Таганрогская правда» и др.

² Печать СССР за 40 лет 1917–1957 гг. / Сборник статистических материалов. М., 1957; Печать СССР за 50 лет / Сборник статистических материалов. М., 1967; Партизанские и подпольные газеты в годы Великой Отечественной войны 1941–1945 гг.: Указатель. М., 1976; Кузнецов И.В. Газетный мир Советского Союза: Справочный материал о газетах союзных республик: Аннотированный указатель. М., 1976.

³ Вдовин М.А. «Ростов – город, Ростов-Дон...»: историческое повествование. Ростов н/Д, 1999; он же. «Ростов – город, Ростов-Дон...»: историческое повествование. Ростов н/Д, 2003. Кн. 2; Щербаков Ю.Г. Картинки войны. Новосибирск, 2005; Смирнов, В.В. Ростов под тенью свастики. Ростов н/Д, 2006; он же. Ростов под тенью свастики. 2-е изд. Ростов н/Д, 2015.

⁴ Полевые материалы автора. Опрос в г. Ростов н/Д. Июнь 2017 г. (информанты: А.И. Хорошилова, 1932 г.р.; В.Б. Хачатурян, 1930 г.р.; Р.А. Помазанова, 1932 г.р.).

Понятийный аппарат исследования. В литературе существуют различные подходы для определения понятия «общественное сознание». Автор понимает под общественным сознанием – способность обществ соотносить себя друг с другом и окружающей средой, а также процесс такого соотнесения и получаемый в итоге духовный продукт. Общественное сознание формируется и воспроизводится индивидами во время их общественной деятельности, и не существует без сознания конкретных индивидуумов. Кроме того, оно не может совпадать с суммой индивидуальных сознаний и является качественно новой, индивидуальной системой, существующей на основе собственных законов. По составу субъектов может быть групповым, массовым и общечеловеческим.

В исследовании используется понятие «политическая пропаганда», под которой автор подразумевает целенаправленную политически мотивированную убеждающую деятельность по воздействию на сознание индивидов или определенных групп с целью формирования у них определенных поведенческих стереотипов¹.

Научная новизна диссертации состоит в том, что на основе анализа опубликованных источников и введенных в научный оборот архивных материалов впервые предпринята попытка комплексного исследования формирования общественного сознания населения органами пропаганды Ростовской области в годы Великой Отечественной войны.

1. Раскрыта эволюция структуры и форм организации средств массовой информации и органов устной пропаганды в регионе на протяжении всего периода войны: преобразование отделов пропаганды и общественно-политических передач средств массовой информации в отделы политической агитации, создание в областном центре художественно-рекламной мастерской и базы кинопередвижек, создание агитколлективов при первичных парторганизациях колхозов и при сельсоветах.

2. Выявлены особенности функционирования средств массовой информации региона на различных этапах войны, в числе которых: появление информационных листовок уменьшенного формата в начальный период войны, передача печатной продукции «из рук в руки», привлечение в редакционные коллективы партийных, научных, творческих работников региона, усиление цензуры и контроля за использованием радиоаппаратуры, восстановление проводникового радиовещания на заключительном этапе войны, незначительная роль киноагитации в формировании общественного сознания на начальном этапе войны вследствие слабости материально-технической базы.

3. На материалах Ростовской области доказано, что в ходе войны менялось соотношение (взаимосвязь) форм устной пропаганды и средств массовой информации: если на начальном этапе войны ведущая роль перешла к устным формам пропаганды, то по мере освобождения области и в ходе восстановления

¹ Бочкарева А.С. Политическая пропаганда и агитация партийно-советских органов власти на Кубани в 20-е гг. XX в. Автореф. дис. ... канд. ист. наук. Краснодар, 2007. С. 3.

хозяйства главную роль в формировании общественного сознания населения региона вновь стали играть средства массовой информации.

4. Установлено, что основными формами и методами воздействия органов политической пропаганды Ростовской области на общественное сознание жителей региона периода Великой Отечественной войны были массовость форм работы; адресность целевых установок; доступность языка; непрерывность агитационного пространства; реализация агитационных установок через конкретные задачи; использование лексических форм, вызывающих чувство сопричастности; гибкость идеологических установок; стилизация художественных жанров.

5. Доказано, что важнейшими сюжетно-тематическими компонентами деятельности средств массовой информации и органов устной пропаганды были утверждение в сознании населения области идеи справедливости войны со стороны Советского Союза и агрессивно-преступного характера войны со стороны фашистской Германии, актуализация героического прошлого России и ее народов, обоснование всенародного характера борьбы с захватчиками, формирование идеи единства партии и народа, фронта и тыла в борьбе с захватчиками, создание образов героя и врага.

6. На материалах Ростовской области выявлено, что деятельность средств массовой информации и органов пропаганды способствовала формированию образов «врага» и «героя» в различные периоды войны, а также способствовала эволюции общественного сознания в направлении мобилизации духовного потенциала народа ради достижения победы над врагом, патриотическому сплочению общества, формированию чувства личной ответственности за судьбу Родины.

Положения, выносимые на защиту:

1. Основными каналами пропагандистского воздействия на общественное сознание населения в годы Великой Отечественной войны на территории Ростовской области были устная пропаганда и средства массовой информации, деятельность которых осуществлялась с учетом специфики военного времени. Адаптация работы средств массовой информации и органов устной пропаганды к реалиям войны способствовала повышению идейно-теоретической составляющей агитационной деятельности органов пропаганды региона.

2. В годы войны средства массовой информации и органы устной пропаганды использовали следующий спектр форм и методов работы: акцент делался на массовых формах работы с аудиторией; использовался дифференцированный подход к различным группам населения, доступность языка и ясность лозунгов; использование специализированной эмоционально-ориентированной лексики, создание необходимой «критической массы» индокринированных людей.

3. Основными в деятельности средств массовой информации и органов пропаганды в годы Великой Отечественной войны на территории Ростовской области являлись концепты: справедливого характера войны со стороны

Советского Союза, согласно которому Советское государство ведет войну освободительную и справедливую; героического прошлого страны и ее народов, имеющих славную многовековую героическую историю; общенародного характера борьбы с врагом и единства фронта и тыла, благодаря которому расширялось агитационное поле пропаганды и в дело помощи фронту включались все слои населения, происходило уравнивание труда в тылу страны и на передовой; единства партии и народа в борьбе с захватчиками (и связанная с ней идея защиты советской власти), благодаря которому в общественное сознание внедрялась мысль о заботе правящей партии, центральных и местных органов власти о населении области. Важнейшими направлениями в деятельности средств массовой информации и органов устной пропаганды региона были создание «образа героя» и «образа врага».

4. Если образ врага был разработан в деталях еще в предвоенный период, то образ героя накануне и в начале войны имел монистические черты. В годы войны ситуация изменилась: монистическим стал образ врага, а пантеон героев усложнился и расширился. Пропаганда образа героя стала одним из важнейших направлений пропагандистской работы в годы войны. Содержание концепта врага утратило классовую характеристику, характерную для начального периода войны и приобрело черты врага-захватчика с набором традиционных негативных характеристик.

5. Деятельность средств массовой информации и органов пропаганды Ростовской области способствовала эволюции общественного сознания и появлению определенных поведенческих особенностей населения региона, таких, как: архаизация сознания, что положительно сказалось на мобилизации духовного потенциала народа; сплочение общества и формирование чувства групповой солидарности; массовый героизм; рост самостоятельности и инициативности; усиление интереса к судьбе Родины.

Соответствие диссертационного исследования Паспорту специальности ВАК. Исследование соответствует паспорту специальности 07.00.02 – Отечественная история: п. 4. История взаимоотношений власти и общества, государственных органов и общественных институтов России и её регионов; п. 23. История Великой Отечественной войны; п. 25. История государственной и общественной идеологии, общественных настроений и общественного мнения.

Теоретическая значимость диссертации состоит в том, что введенные в научный оборот архивные документы и материалы, научные результаты, выводы и обобщения дополняют, конкретизируют и уточняют теоретические положения исторической науки по вопросу о роли средств массовой информации и устной пропаганды в формировании общественного сознания населения в годы Великой Отечественной войны. Использование региональных материалов по вопросам агитационного воздействия на общественное сознание населения Ростовской области в годы войны углубляет научные представления

о закономерностях и механизмах деятельности органов пропаганды в СССР в исследуемый период и их региональных особенностях.

Практическая значимость исследования. Результаты исследования могут представлять интерес для работников средств массовой информации, специалистов, изучающих вопросы общественного сознания. Фактический материал и выводы диссертации могут быть использованы для дальнейшего изучения истории Великой Отечественной войны и роли средств массовой информации в обществе. Результаты исследования могут быть использованы в преподавательской деятельности и при разработке учебных пособий по истории советского общества, истории журналистики и пропаганды.

Апробация исследования. План, промежуточные и итоговые результаты диссертации обсуждались на заседаниях кафедры исторических наук и политологии Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). Основные положения, идеи и выводы диссертации были опубликованы в научной периодике, сборниках научных статей и материалах конференций различного уровня. По теме диссертации опубликованы 13 работ, в том числе 5 статей в журналах, включенных в список изданий, рекомендованных ВАК при Министерстве образования и науки РФ. Общий объем публикаций – 5,12 п.л.

Структура работы определена логикой и задачами исследования. Диссертация состоит из введения, двух глав в составе пяти параграфов, заключения, списка источников и литературы, приложения. Данная структура работы предопределена применением проблемно-хронологического принципа исследования, предполагающего изучение вопроса последовательно, в его развитии, а также проблемно-логического принципа, предполагающего изучение логических связей и закономерностей различных частей изучаемой темы.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы и степень её разработанности в отечественной историографии; определяются объект и предмет исследования, его хронологические и территориальные рамки, а также цель и задачи работы, её методология; дан обзор источниковой базы; обосновывается научная новизна; сформулированы положения, выносимые на защиту; аргументируется теоретическая и практическая значимость диссертации; изложена структура работы.

В первой главе «Средства массовой информации и устная пропаганда Ростовской области в годы Великой Отечественной войны: особенности организации и функционирования» раскрыты особенности устройства и функционирования средств массовой информации устной пропаганды Ростовской области в изучаемый период.

В первом параграфе первой главы «Средства массовой информации Ростовской области в годы Великой Отечественной войны» даётся характеристика состояния печати, радио и кинематографа региона к началу войны, рассматриваются проблемы, с которыми им пришлось столкнуться в течение всего изучаемого периода, а также особенности функционирования органов печати, радио и кино Ростовской области.

Документы свидетельствуют, что серьезными проблемами для функционирования средств массовой информации стали: сокращение и не рациональное использование материальной базы (нехватка бумаги, отсутствие финансирования для строительства и ремонта радиоузлов, сокращение кинофонда), нехватка квалифицированных специалистов, вызванная, прежде всего, потребностью фронта, а также факт оккупации части территории области. Следствием данных факторов было снижение качественной и содержательной составляющей печатных материалов, сокращение объемов выпуска и закрытие многотиражных газет, уменьшение количества радиоточек, закрытие кинотеатров и нецелевое использование специализированных помещений. Все это приводило к затруднению агитационного воздействия на общественное сознание населения региона.

Война внесла коррективы в деятельности печати региона. Крупнейшие типографии эвакуировались в другие города, также не прекращались выпуски областных газет. Был налажен выпуск специальных газет–листочков для населения оккупированных районов Ростовской области. Как показывают архивные документы, потребность в информации и недостаточное количество тиражей давали газетам «вторую жизнь» – издания уже прочитанные в одном населенном пункте или предприятии отправлялись в другой пункт или предприятие, затем в третий и т.д.

Реорганизация радиовещания предполагала уменьшение общего количества радиоточек и повышение качества системы радиовещания в целом. Прекращалось строительство и ремонт радиоузлов, снижались расходы на радиофикацию. Отделы пропаганды и общественно-политических передач на радио были преобразованы в отделы политической агитации, которые транслировали передачи на русском языке. Образовывались военные отделы.

Были восстановлены районные узлы проводникового радиовещания, приняты меры по изъятию радиоприемников из частного обращения. Благодаря таким мероприятиям уменьшалась вероятность прослушивания населением вражеской пропаганды. Для осуществления поэтапного контроля за содержанием эфирных текстов устанавливался порядок сдачи микрофонных материалов различными редакциями в отдел выпуска в отдельные сроки. Данные меры привели к повышению идейно-теоретического уровня передач.

Изменился характер подачи информации. Наблюдается резкое сокращение материалов о партийно-комсомольской жизни, агитации и пропаганде в радиоэфирах. Появились и новые темы – отправка подарков и теплых вещей на фронт, сбор средств в фонд обороны, военный заем. В годы войны родилась

новая форма ежедневных документальных программ – «Письма на фронт» и «Письма с фронтов Отечественной войны», благодаря чему радио было теперь не только средством агитации, но выполняло функцию связи между фронтом и тылом.

Как показывают архивные документы, слабое для потребностей региона развитие киносети, недостаточная материально-техническая база, нецелевое использование помещений, в частности в сельской местности, определили второстепенное значение кино-агитации по отношению к печатной и радиопропаганде. Однако начавшаяся война и возникшая необходимость усиления кино-агитации внесла изменения в сфере кинообслуживания области. Появляются новые структуры. Сельским советам вменялось в обязанность предоставлять транспорт для кинопередвижек, а также освободить занятые под другие нужды помещений кинотеатров. Кроме того вводился запрет на закрытие кинотеатров и использования их помещения не по назначению.

Документы свидетельствуют, что, по мере восстановления разрушенного хозяйства, увеличивался и фильмофонд Ростовской области. На Ростовской студии кинохроники был утвержден тематический план на съемку агитфильмов. Проводились целевые сеансы с показом фильмов антифашистской направленности, кадрами партийных съездов и конференций, речами представителей правительства. Перед показами художественных фильмов на экраны пускались материалы агитационного характера.

К концу войны изменилась тональность появляющихся кинолент: все меньше они носили агитационно-боевой характер, но все больше в них затрагивались темы преданности, верности, терпения, солдатского братства.

Во втором параграфе первой главы «Система устной пропаганды и агитации Ростовской области в годы Великой Отечественной войны» установлено состояние органов устной пропаганды области в годы Великой Отечественной войны, особенности их функционирования.

Сокращение материально-технической базы средств массовой информации предопределило усиление роли устной пропаганды на начальном этапе войны. Органы устной пропаганды увеличили число агитаторов, совершенствовали методы работы. Менялась структура и формы организации органов устной пропаганды.

Однако с точки зрения качественных показателей дела обстояли не так благополучно. Так, в материалах отчета Ростовского обкома ВКП (б) (1942 г.) содержатся многочисленные сведения о недостаточном уровне квалификации работников отделов пропаганды области. Решение этой проблемы партийное руководство региона видело, прежде всего, в расширении количественного состава агитгрупп, осуществлении постоянного контроля качества подготовки специалистов и лекционного материала со стороны отделов пропаганды и агитации горкомов и райкомов ВКП (б).

Как видно из документов, приведенных в параграфе, в начале войны пропагандистская работа на селе была поставлена хуже, чем в городе. Выход из

сложившейся ситуации был найден в создании агитколлективов при первичных парторганизациях колхозов и сельсоветов. Это давало возможность не только утверждать агитаторов на партсобраниях, но и закреплять их в бригады на период сельскохозяйственных работ.

В параграфе проанализированы мероприятия партийных органов по повышению профессиональной подготовки работников отделов пропаганды сельских районов. В целях улучшения качества работы сельских агитколлективов проводились еженедельные совещания руководителей и ежемесячные районные собрания агитаторов. В городах и поселках городского типа ставка была сделана на вечерние и воскресные школы агитаторов.

Приводимые статистические сведения дают возможность проследить динамику выступлений и изменения тематической направленности лекционной деятельности в течение войны, позволяет говорить об эффективности работы органов устной пропаганды региона. В результате совместных усилий центральных и местных органов власти создавалась гибкая, развивающаяся система по осуществлению агитационной работы. В ходе войны менялась взаимосвязь форм устной пропаганды и средств массовой информации. Если на начальном этапе войны ведущая роль перешла к устной форме, то по мере освобождения области и в процессе восстановления хозяйства ведущая роль в процессах воздействия на общественное сознание населения региона вновь стала принадлежать средствам массовой информации.

Если до войны акцент делался на количественные показатели деятельности (увеличение числа типографий, радиоточек, и т.д.), то после 22 июня 1941 г. акцент был перенесен на совершенствование уже созданной системы агитации. Различия в подходах к осуществлению пропагандистской деятельности области до начала войны и после позволяют говорить о качественно новом этапе развития агитационной системы в регионе. Деятельность органов агитационно-пропагандистского аппарата была направлена на формирование общественного сознания и стимулирование активности населения. Устная агитация и средства массовой информации на территории Ростовской области являлись сильнейшим средством консолидации населения региона на борьбу с врагом.

Во второй главе «Деятельность средств массовой информации и органов устной пропаганды в годы Великой Отечественной войны по формированию общественного сознания населения Ростовской области» анализируются процессы формирования общественного сознания средствами массовой информации и органами устной пропаганды.

В первом параграфе второй главы «Механизмы, формы и методы воздействия на общественное сознание населения Ростовской области» проанализирована методическая основа деятельности средств массовой информации и органов устной пропаганды.

Проведенный анализ позволил выявить ряд специфических методов, которые использовали в своей работе средства массовой информации и органы устной пропаганды. Прежде всего, это массовые формы работы с аудиторией, в

числе которых проведение митингов, организация бесед, лекционной деятельности, «читки» газет, коллективное прослушивание радио. Распространение массовых форм работы было связано, прежде всего, с недостатком кадров.

Как показывают архивные документы, на протяжении всего изучаемого периода, важным элементом воздействия на общественное сознание населения был дифференцированный подход к различным группам населения. Пропагандистские послания были нацелены на конкретного адресата с учетом возрастных, половых, профессиональных или других критериев. Собранные материалы позволяют сделать вывод о том, что наиболее частые обращения встречаются по отношению к женщинам, молодежи, колхозникам, интеллигенции, казачеству.

Анализ архивных материалов позволяет утверждать, что важнейшей особенностью работы средств массовой информации и органов устной пропаганды региона были простота и доступность языка. Утверждения пропагандистов, а также агитационные материалы печати были краткими, без отвлекающей информации аргументации, строились таким образом, чтобы быть созвучными эмоциональному состоянию аудитории, что позволяло информации быстро распространиться и стать достоянием большинства. Благодаря этому было возможно использование в агитационных целях даже поверхностной информации, не содержащей чего-либо, что слушатели не знали бы раньше.

Документы свидетельствуют, что с самых первых дней войны центральные и местные органы власти проводили ряд мероприятий с целью расширения агитационного пространства и создания его непрерывности. Массовые мероприятия, лекции и беседы, песни и радиопередачи, нацеленные на мобилизацию сил, окружали человека на работе, улице и даже дома.

Еще одной особенностью советской пропаганды было связь агитации с конкретными задачами. Вопросы пропаганды рассматривались через решение бытовых вопросов, посредством распространения передовых знаний, соблюдение трудовой дисциплины, развитие соревновательного опыта. Приведенные в параграфе материалы свидетельствуют, что агитаторы в районах поощряли различные «почины», «движения», «инициативы». Благодаря освещению этих фактов средствами массовой информации и органами устной пропаганды еще больше росло число индокринированных в процессы агитации людей.

Как показывают архивные документы, характерной чертой пропагандистской деятельности средств массовой информации области стало использование определенных лексических форм, вызывающих чувство сопричастности. В тексте работы приводятся многочисленные примеры использования определенной личностно-эмоциональной лексики агитационных посланий, что сокращало дистанцию между читателем и конкретным трудовым подвигом, позволяло усилить личную индокринированность читающего.

Использование определенных лексических форм способствовало отождествлению официальных взглядов с внутригрупповыми, а противоположных – с негрупповыми установками, распространяя мыслительные схемы и стимулируя поведенческую активность людей.

На начальном этапе войны на первый план вышла задача формирования чувства ответственности за судьбу и целостность государства, чувства жгучей ненависти к захватчикам. После ликвидации основной угрозы целостности страны и изменения положения на фронте поменялась содержательная сторона агитационной деятельности. Из материалов средств массовой информации к концу войны практически исчезают герmanoфобские лозунги, доминируют темы восстановления разрушенного хозяйства. Таким образом, одной из особенностей политической пропаганды региона была гибкость идеологических установок, воздействие на весь спектр человеческих эмоций в зависимости от тех задач, которые стояли перед агитационно-пропагандистскими органами. Архивные данные свидетельствуют о том, что местной печати рекомендовалось больше публиковать фактов перевыполнения работы и добросовестного отношения к обязанностям, воспитывать население положительным примером, что позволяет говорить об изменении стиля, методов и последующей корректировке руководством страны и области пропагандистской работы в целом на разных этапах войны.

Во втором параграфе второй главы «Основные идеологические концепты средств массовой информации и устной пропаганды по формированию общественного сознания населения региона в годы войны» определены основные концепты агитационной деятельности средств массовой информации и органов пропаганды в годы Великой Отечественной войны на территории Ростовской области.

Как показывают архивные документы, популярным концептом агитационной деятельности средств массовой информации и органов устной пропаганды был концепт справедливого характера войны со стороны Советского Союза. Через средства агитации советское правительство разъясняло народу, что война Советского Союза против фашистских завоевателей является освободительной и справедливой, что она ведется с целью защиты Отечества от порабощения.

В средствах массовой информации появились материалы под рубрикой «Фронтовые эпизоды», рассказывающие о том, что советские воины грудью встали на защиту Отечества. Концепт справедливого характера способствовал формированию в общественном сознании населения Ростовской области представления о Германии, как о «абсолютном», «вселенском зле», поработившем народы Европы, а Красная Армия выступала в роли силы, которая способна освободить Европу фашизма.

Другим важнейшим концептом агитационной деятельности стал концепт героического прошлого страны и ее народов. Материалами лекций и докладов, средств массовой информации становились события Северной войны 1700–

1721 г., Семилетней войны 1756–1763 г., Отечественной войны 1812 г., Первой мировой войны. Органы агитации обращались к биографиям известных военачальников: Александра Невского, А.В. Суворова, М.И. Кутузова и др. Характер подачи материалов и набор фактов был направлен на формирование у читателя уверенности в собственной силе и сокрушимости немецкой армии. Органы печати проводили параллели между воюющими на фронтах бойцами Красной армии и их предками, отличившимися в войнах прошлых лет. Актуализируется история донских казаков.

Другим сюжетно-тематическим концептом деятельности средств массовой информации и органов устной пропаганды был концепт всенародного характера борьбы с врагом и единства фронта и тыла. Средства массовой информации и органы устной пропаганды Ростовской области широко популяризировали примеры героизма и самоотверженности населения региона. Агитационно-пропагандистские органы формировали образ, согласно которому победа в войне в равной степени зависит и от солдат, идущих в атаку, и от тружеников тыла, стоящих у станка или работающих в поле.

Еще одним концептом органов агитационной деятельности средств массовой информации и органов пропаганды в годы Великой Отечественной войны был концепт единства партии и народа в борьбе с захватчиками. В прессе освещалась авангардная роль парторганизаций в деле мобилизационных мероприятий, на конкретных примерах показывалось мужество коммунистов–воинов, их место во всенародной борьбе.

Средствами массовой информации применялся широкий спектр публикации о заботе правящей партий, центральных и местных властей о населении области и семьях фронтовиков, о мудром руководстве, которое приведет государство к победе над врагом. В массовое сознание населения Ростовской области внедрялась идея о том, что «без мудрого руководства партии выиграть войну невозможно», что, в свою очередь, тесно связывалось с другой идеей – о необходимости защиты советской власти.

В третьем параграфе второй главы «Формирование образов героя и врага в средствах массовой информации и устной пропаганде периода войны» установлены направления и методы создания положительных образов в советской пропаганде на территории Ростовской области.

Популяризации примеров героизма в годы Великой Отечественной войны являлась важнейшим элементом пропагандистского воздействия. Проведенный анализ материалов позволил выделить определенную закономерность и провести классификацию типов героев и подвигов, наиболее часто использовавшихся в течение войны.

С самого начала Великой Отечественной войны органами пропаганды Ростовской области использовался комплекс материалов, рассказывающих о столкновениях бойцов Красной армии с превосходящими силами противника, об удержании своих позиций, несмотря на угрозу жизни. Под рубрикой

«Боевые эпизоды» в ряде печатных изданий региона приводились описания героических действий советских воинов.

Публиковался комплекс материалов, повествующих о выполнении воинского долга под угрозой собственной жизни или через самопожертвование (примеры воздушных таранов, самоподрывов и т.д.). При этом выделяются два вида материалов: совершение подвига без возможности спастись от смерти или с удачным спасением бойца.

Другим направлением героизма, пропагандируемого органами агитации, был трудовой героизм. Начиная с осени 1941 г. в тематических планах агитаторов должны были присутствовать материалы, рассказывающие о героизме населения в тылу.

Следующую группу составляют материалы, повествующие о мученической смерти советских героев под пытками, в плену. Материалы такого типа стали использоваться органами пропаганды с самого начала Великой Отечественной войны.

Еще одна группа материалов представлена примерами «бытового героизма» жителей Ростовской области. К этой группе относятся факты «тихого», ежедневного героизма гражданского населения – способности сохранять собственное достоинство и хладнокровие в экстремальных условиях (спасение раненных бойцов красноармейцев, помощь односельчанам, и т.д.).

По мере изменения ситуации на фронте, в региональной прессе, под соответствующими рубриками, все больше стали появляться материалы, рассказывающие о боевых успехах выходцев жителей Донского края.

Другим важнейшим сюжетно-тематическим компонентом деятельности средств массовой информации и органов устной пропаганды было создание «образа врага». Органы массовой пропаганды воспитывали в народе ненависть к врагу. В региональной прессе появляются подборки материалов под соответствующими рубриками. Важнейшее значение в вопросе формирования представления о враге играли публикуемые газетами письма на фронт и с фронта, результаты расследований Чрезвычайной государственной комиссии, созданной 2 ноября 1942 г.

Важное направление деятельности средств массовой информации и органов устной пропаганды по созданию образа противника – персонификация врага в конкретных личностях: Гитлере, Геббельсе, Геринге, и др. В параграфе приведены примеры обращения к существовавшим со времен Первой мировой войны методам и приемам создания «образа безобразного немца», имеющего зооморфные черты. Благодаря этому средства массовой информации обращались к народному бытовому сознанию, в котором некоторые животные являлись собирательными образами, наделенными максимумом негативных качеств. Широко использовался такой способ, как принижение врага, показ его в смешном, невыгодном свете.

Архивные данные свидетельствуют о том, что по мере приближения Красной Армии к границам Советского государства видоизменяется и

представление о враге, который уже потерял свою силу и могущество и не рассматривался, как достойный и хитрый противник, что было свойственно начальному периоду войны. Все сильнее происходит выделение группы немцев, виновных в войне или заинтересованных в ней, и остальных немцев. В течение войны сущность идеологемы внешнего врага эволюционировала от врага классового на начальном этапе войны до традиционного для военного образа врага—захватчика.

В заключении диссертации сделаны выводы исследования. В ходе пропагандистского воздействия на сознание населения Дона в 1941–1945 гг. советское и партийное руководство активно использовало широкий спектр форм и методов работы. Средства массовой информации и органы устной пропаганды становились основными каналами агитации на территории Ростовской области. В течение войны органы политической пропаганды допускали отступления от существовавших ранее методов воздействия на общественное сознание, отдавая предпочтение только тем, благодаря которым возможно, воздействуя на эмоции населения, резко увеличить число индокринированных в процессы агитации людей, а также максимально эффективно формировать у них определенные поведенческие нормы. Вместе с тем, органы политической пропаганды провели значительную работу по пересмотру тематического наполнения агитационного воздействия, делая ставку на местный материал, укореняя в сознании жителей региона идею угрозы чему-то близкому, родному, «своему».

В годы войны концепты агитационной деятельности претерпевали изменения, формировались новые. В начале войны делался упор на мобилизацию всех сил на борьбу с врагом, на ликвидацию чувства страха перед противником. По мере стабилизации фронта и продвижении советских войск на Запад изменялись и задачи пропаганды: советские люди мобилизовали себя на борьбу с врагом; появилось реальное представление о противнике, подкрепленное увиденным и рассказами солдат, побывавших на фронте. Устная пропаганда и средства массовой информации обратились к сюжетам, связанным с боевыми успехами союзников, партизанских отрядов. Постепенно в средствах массовой информации и устной пропаганде стали преобладать сюжеты иного характера: информация о судах над нацистскими преступниками и их пособниками; о героях, вернувшихся домой; о восстановлении разрушенного хозяйства; о политической ситуации в мире.

Проведенное исследование показало, что в сложных условиях войны общегосударственные и общенародные задачи могут успешно выполняться исключительно путем тщательно выверенного взаимодействия всех составляющих идеологического воздействия, а также при условии постоянного поиска наиболее совершенных форм деятельности, с учетом постоянно меняющейся обстановки.

СПИСОК РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ АВТОРОМ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Статьи, опубликованные в изданиях, рекомендованных ВАК
Министерства образования и науки РФ

1. Землянский, К.А. Формирование образа врага в годы Великой Отечественной войны (на материалах Ростовской области) / К.А. Землянский // Гуманитарные и социально-экономические науки. – Ростов н/Д, 2015. – № 5. – С. 82–85 (0,43 п.л.).
2. Землянский, К.А. Организация устной пропаганды в годы Великой Отечественной войны (по материалам Ростовской области) / К.А. Землянский // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. – Ростов н/Д, 2015. – № 4 (188). – С. 55–59 (0,4 п.л.).
3. Землянский, К.А. Формирование образа героя в годы Великой Отечественной войны (на материалах Ростовской области) / К.А. Землянский // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. – Пенза, 2016. – № 1. – С. 42–49 (0,4 п.л.).
4. Землянский, К.А. Образы героического прошлого России в пропаганде военных лет (по документам Ростовской области) / К.А. Землянский // Вестник Южно-Уральского гос. ун-та. Серия «Социально-гуманитарные науки». – Челябинск, 2016. Т. 16. № 3. – С. 108–112 (0,46 п.л.).
5. Землянский, К.А. «Патриотизм русского народа... являлся внутренним порывом» / К.А. Землянский // Военно-исторический журнал. – М., 2017. – № 2. – 71–72 (0,4 п.л.).

Работы, опубликованные в других научных изданиях

6. Землянский, К.А. Изучение образа врага периода войны: вопросы методологии и историографии / К.А. Землянский // Аспирант: научно-практический журнал. – Ростов н/Д, 2014. – № 1. – С. 104–107 (0,42 п.л.).
7. Землянский, К.А. Особенности организации и функционирования советской подпольной печати во времена Великой Отечественной войны: на примере документов Ростовской области / К.А. Землянский // Научные итоги 2014 года: достижения, проекты, гипотезы: материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск: Изд-во ЦРНС, 2014. – С. 14–21 (0,46 п.л.).
8. Землянский, К.А. Вопросы методологии и историографии изучения «образа врага» в годы Великой Отечественной войны в исторической литературе / К.А. Землянский // Научная дискуссия: вопросы социологии, политологии, философии, истории: сборник статей по материалам XVII междунар. науч.-практ. конф. – М.: Изд-во «Международный центр науки и образования», 2014. – С. 11–18 (0,42 п.л.).

9. Землянский, К.А. Становление печати на Дону в 20-е гг. XX в. Газета «Молот» в 20-е годы прошлого века / К.А. Землянский // Новый взгляд. Международный научный вестник: сборник научных трудов. – Новосибирск: Изд-во ЦРНС, 2014. – Вып. 5. – С. 27–31 (0,25 п.л.).

10. Землянский, К.А. Кинематограф Ростовской области в годы Великой Отечественной войны / К.А. Землянский // Новое слово в науке и практике: гипотезы и апробация результатов исследований: сборник материалов XVII Междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск: Изд-во ЦРНС, 2015. – С. 66–72 (0,5 п.л.).

11. Землянский, К.А. Печать Ростовской области в годы Великой Отечественной войны / К.А. Землянский // Итоги научно-исследовательской деятельности 2016: изобретения, методики, инновации: сборник материалов XVII Междунар. науч.-практ. конф., г. Москва, 23 декабря 2016 г. / [Электронный ресурс]. – М.: Изд-во «Олимп», 2016. – С. 22–25 (0,35 п.л.).

12. Землянский, К.А. Политическая пропаганда и общественное сознание 1941–1945 гг.: некоторые аспекты историографии постсоветского периода / К.А. Землянский // Проблемы филологии, культурологии и искусствоведения в свете современных исследований: материалы XXI Междунар. науч.-практ. конф., г. Махачкала, 11 декабря 2016 г. – Махачкала: Научно-издательский центр «Апробация», 2016. – № 12. – С. 28–30 (0,33 п.л.).

13. Землянский, К.А. Дифференцированный подход к различным группам населения как метод пропагандистского воздействия на общественное сознание населения Ростовской области / К.А. Землянский // Сборник материалов XXVI науч.-практ. конф., г. Новосибирск, 30 декабря 2016 г. Новосибирск: Изд-во ЦРНС, 2016. – С. 19–23. (0,3 п.л.).

Землянский Константин Александрович

**ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРОПАГАНДА И ОБЩЕСТВЕННОЕ СОЗНАНИЕ
В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ 1941–1945 ГГ.
(НА МАТЕРИАЛАХ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата исторических наук

Подписано в печать 16.02.2018 г. Формат 60 x 84 1/16.
Печать цифровая. Уч.-изд. л. 2,0. Тираж 100 экз. Заказ №
Издательско-полиграфический центр
Кубанского государственного университета
350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149.